

Inhaltsverzeichnis

- Danksagung.....5
- I. Inszenierte Politik im Wahlkampf als Herausforderung an die interdisziplinäre Forschung 13
 - 1. Themenstellung und Zielsetzung 15
 - 2. Erklärung der Vorgehensweise 17
- II. Zur Theorie der inszenierten Politik 19
 - 1. Wissenschaftliche Begriffe und Forschungsmeinungen 19
 - 1.1 Politikherstellung und Politikdarstellung 20
 - 1.2 Pseudoereignisse 22
 - 1.3 Genuine, mediatisierte und inszenierte Ereignisse..... 24
 - 1.4 Inszenierung und Theatralität 25
 - 1.5 Politainment..... 26
 - 2. Politikinszenierung und inszenierte Politik 27
 - 2.1 Negative Konnotation des Begriffes Inszenierung 28
 - 2.2 Definition von inszenierter Politik und Politikinszenierung..... 28
 - 2.3 Inszenierte Politik versus in Szene gesetzte Politik 29
 - 2.4 Überblick über wichtige Forschungsmeinungen..... 34
 - 2.5 Fazit 36
 - 3. Amerikanisierung der Wahlkämpfe..... 36
 - 3.1 Definition und Problematik des Begriffs 37
 - 3.2 Kennzeichen der vermeintlichen Amerikanisierung..... 39
 - 3.3 Exkurs: Kommunikation ist wichtiger als der Inhalt 45
 - 3.4 Exkurs: „Amerikanisierung“ in der deutschen Geschichte..... 46
 - 3.4.1 Personalisierung 46
 - 3.4.2 Ereignis- und Themenmanagement, Emotionalisierung und negative campaigning 49
 - 3.5 Bewertung..... 49
 - 3.6 Fazit 52

4. Public Relations	53
4.1 Geschichte der Public Relations.....	53
4.2 Public Relations versus Propaganda	56
4.2.1 Negative Konnotation des Begriffes Propaganda.....	56
4.2.2 Abgrenzungsversuche der beiden Begriffe.....	57
4.3 Die „Marionettenspieler“ im Wahlkampf	60
4.4 Fazit	61
5. Präsentation der Politiker.....	62
5.1 Das Image.....	62
5.1.1 Definition und Funktion.....	63
5.1.2 David J. Boorstin	64
5.1.3 Werner Wolf	65
5.1.4 Images in der (inszenierten) Politik	67
5.2 Selbstdarstellung von Politikern.....	68
5.2.1 Barry R. Schlenker.....	70
5.2.2 Robert M. Arkin.....	73
5.2.3 Edward E. Jones und Thane S. Pittman.....	75
5.2.4 C. R. Snyder	77
5.2.5 James T. Tedeschi.....	80
5.2.6 Astrid Schütz.....	89
5.2.7 Vergleich der Selbstdarstellungsstrategien und Erstellung eines Kategoriesystems	94
5.3 Fernsehspezifische Inszenierung.....	98
5.3.1 Thomas Meyer	98
5.3.2 Kennzeichen politischer Themen im Fernsehen.....	101
6. Verhältnis von Medien und Politik(ern).....	103
6.1 Problematik.....	103
6.2 Dominanz, Abhängigkeit und Symbiose.....	105
6.2.1 Gewaltenteilungsparadigma.....	105
6.2.2 Instrumentalisierungsparadigma	106

6.2.3 Interdependenz und Symbiose	110
7. Zusammenfassung und Folgerungen für den analytischen Teil	112
III. Analyse des Bundestagswahlkampfes 2005	115
1. Vorgezogene Neuwahlen	115
2. Bedingte Amerikanisierung im Wahlkampf 2005	117
2.1 Kennzeichen der bedingten Amerikanisierung	117
2.1.1 Zunehmende Personalisierung und Betonung des Kandidaten- Images	118
2.1.2 Ereignis- und Themenmanagement	120
2.1.3 Kandidaten-Wettstreit	121
2.1.4 Angriffswahlkampf	122
2.1.5 Zunehmende Emotionalisierung	123
2.1.6 Einsatz professioneller PR-Berater	124
2.2 Kennzeichen der bedingten Amerikanisierung als Indiz für inszenierte Politik?	125
3. Fernsehwahlkampf	126
3.1 Programmangebot im Wahlkampf 2005	126
3.1.1 ARD	128
3.1.2 ZDF	129
3.1.3 RTL	130
3.1.4 SAT.1	130
3.1.5 ProSieben	130
3.2 Fazit	131
4. Das Image der Spitzenkandidaten	132
4.1 Gerhard Schröder	133
4.2 Angela Merkel	134
5. Analyse des TV-Duells sowie seiner Vor- und Nachberichterstattung	136
5.1 Das TV-Duell als Höhepunkt des Wahlkampfes – eine Inszenierung?	136
5.2 Vorberichterstattung	140

5.2.1	ARD – Wahl 05: Vor dem TV-Duell.....	140
5.2.2	ZDF – ZDF spezial	141
5.2.3	RTL – Wahl 05: Vor dem Duell	142
5.2.4	Sat.1 – Wahl 05: Vor dem Duell.....	142
5.2.5	Fazit.....	142
5.3	TV-Duell.....	143
5.3.1	Gerhard Schröder	144
5.3.2	Angela Merkel	147
5.3.3	Das Image im Spiegel des TV-Duells.....	151
5.3.4	Selbstdarstellungsstrategien.....	153
5.3.5	Politikinszenierung	155
5.4	Nachberichterstattung.....	156
5.4.1	ARD – Sabine Christiansen	156
5.4.2	ZDF – ZDF spezial	159
5.4.3	RTL – Das TV-Duell – Die Analyse	160
5.4.4	SAT.1 – Talk der Woche	162
5.4.5	Fazit.....	163
5.4.6	Exkurs: Das TV-Duell im Urteil der Wähler.....	164
6.	Inszenierungsstrategien im Wahlkampf 2005	165
IV.	Analyse des Bundestagswahlkampfes 2009	171
1.	Neuwahlen	171
2.	Bedingte Amerikanisierung im Wahlkampf 2009.....	172
2.1	Zunehmende Personalisierung und Betonung der Kandidaten- Images.....	172
2.2	Ereignis- und Themenmanagement.....	175
2.3	Kandidaten-(Wett-)Streit.....	176
2.4	Angriffswahlkampf	177
2.5	Zunehmende Emotionalisierung	178
2.6	Einsatz professioneller PR-Berater	178
2.7	Fazit	179

3. Exkurs: Wahlkampf im Internet	179
4. Fernsehwahlkampf.....	180
4.1 Programmangebot im Wahlkampf 2009	181
4.1.1 ARD	182
4.1.2 ZDF	183
4.1.3 RTL	185
4.1.4 Sat.1	186
4.1.5 ProSieben	186
4.2 Fazit	186
5. Das Image der Spitzenkandidaten	187
5.1 Angela Merkel	188
5.2 Frank-Walter Steinmeier	189
6. Analyse des TV-Duells sowie seiner Vor- und Nachberichterstattung.....	191
6.1 Das TV-Duell – Fakten und Spekulationen	191
6.2 Vorberichterstattung.....	192
6.2.1 ARD – Anne Will Vor dem Duell	193
6.2.2 ZDF – ZDF spezial Countdown zum Duell.....	193
6.2.3 RTL – Das TV-Duell Der Countdown	194
6.2.4 Sat.1 – Ihre Wahl! – Vor dem Duell.....	195
6.2.5 Fazit.....	195
6.3 Das TV-Duell	196
6.3.1 Angela Merkel	197
6.3.2 Frank-Walter Steinmeier.....	199
6.3.3 Das Image im Spiegel des TV-Duells.....	203
6.3.4 Selbstdarstellungsstrategien.....	205
6.3.5 Politikinszenierung	209
6.4 Nachberichterstattung.....	211
6.4.1 ARD – Anne Will	211
6.4.2 ZDF – ZDF spezial Nach dem TV-Duell	213

6.4.3 RTL – Das TV-Duell: Die Analyse	215
6.4.4 SAT.1 – Ihre Wahl – Nach dem Duell.....	217
6.4.5 Fazit.....	219
7. Inszenierungsstrategien im Wahlkampf 2009	220
V. Inszenierungsstrategien in den Wahlkämpfen 2005 und 2009 als Kriterien für inszenierte Politik.....	227
1. Zusammenfassende Ergebnisse von Methodik und Untersuchungsgegenstand	227
2. Ausblick	239
VI. Literatur- und Quellenverzeichnis	243
1. Literatur.....	243
2. Internet und CD-Roms.....	253
3. Filme und Fernsehsendungen	255
VII. Anhang.....	257
1. Der Bundestagswahlkampf 2005 – Eine Chronologie	257
2. Amtliche Endergebnisse der Bundestagswahl 2005.....	261
3. Der Bundestagswahlkampf 2009 – Eine Chronologie	261
4. Amtliche Endergebnisse der Bundestagswahl 2009.....	265
5. Tabellarischer Vergleich der Bundestagswahlkämpfe 2005 und 2009	265
VIII. Abstract.....	269